

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., and Keller, K.L. (1990). *Consumer Evaluations of Brand Extensions*, *Journal of Marketing*, 54(1), pp. 27-41.
- Ambler, Tim, and Flora Kokkinaki. (1997). *Measures of Marketing Success*. *Journal of Marketing Management*. 13, 665-678.
- Arndt, J. (1967). *Role of product-related conversations in the diffusion of a new product*. *Journal of Marketing Research*. 4, 291-5.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS
- Candra Hakim Arif Prasetya, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto. 2014. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian". (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fransisca, Cindy Tingkir. (2014). "Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235x.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Gunawan, Fransiskus, 2011, *Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP*. Jurnal: Padang.
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012

- Janah, Maslichah Raichatul. 2013. Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru MobilPurwokerto. Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Sahid Surakarta.
- Jasfar, Farida. 2012. Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci keberhasilan Bisnis jasa. Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2001. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip& Keller. 2006. Marketing Management. Twelfth Edition, Pearson.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) "*Marketing Management*" *Twelfth Edition*, Pearson Kotler, Philip. '2001. Manajemen Pemasaran di indonesia Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 1995. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. "Analysis, Planning, Implementation and Control". Marketing Management, Edisi Kesembilang. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control. Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta: Prehalindo. 102
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(05), 777–787.
- Murwatiningsih dan Erin Putri Apriliani. 2013. Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.
- Prasetya, C.H.A., S. Kumadji, dan E. Yulianto. 2014. Pengaruh Brand image, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian. "Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 15 No.2 Oktober 2014.
- Purwati dkk. 2012. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti)". Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS). Vol 2 No 3, Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Ramadhani, A. 2011. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha. Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi–Universitas Gunadarma.
- Sekaran, 2006, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Setiadi. Nugroho. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Stanton, William, J. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Shimp, Terence. A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Shimp. 2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bolson. 2004. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utara.
- Singarimbun. 2004. Metode Penelitian Dan Survei. Jakarta: Erlangga.
- Sri Wahyuni, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Skuter Matic Merek Honda di Kota Semarang. Jurnal Pengembangan Humaniora Vo.13 No.2.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang, pp: 1-25.
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-10*.
- Tjiptono, Fandi. 2007. Service, Quality and Satisfaction. Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Edisi 1.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Brand Management & Strategy. Yogyakarta: ANDI
- Trista, N., prihatini, A., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 2(2), 21–28.
- Wati Suliswati, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty. *Wacana Ekonomi*, 17, 1–11.
- Weitz, & Levy. (2012). *Retailing Management*. Boston: McGraw Hills.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318.
- Wijaya, T. 2011. Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- Wilkie, L. 1994. Consumer Behavior. Edisi Keempat. New York : John Wiley & Sons. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Aaker, D.A., and Keller, K.L. (1990). *Consumer Evaluations of Brand Extensions*, *Journal of Marketing*, 54(1), pp. 27-41.
- Ambler, Tim, and Flora Kokkinaki. (1997). *Measures of Marketing Success*. *Journal of Marketing Management*. 13, 665-678.
- Arndt, J. (1967). *Role of product-related conversations in the diffusion of a new product*. *Journal of Marketing Research*. 4, 291–5.

- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS
- Candra Hakim Arif Prasetya, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto. 2014. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian". (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fransisca, Cindy Tingkir. (2014). "Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235x.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Gunawan, Fransiskus, 2011, *Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP*. Jurnal: Padang.
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Janah, Maslichah Raichatul. 2013. *Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru Mobil Purwokerto*. Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Sahid Surakarta.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci keberhasilan Bisnis jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2001. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip & Keller. 2006. *Marketing Management*. Twelfth Edition, Pearson.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) *"Marketing Management" Twelfth Edition*, Pearson Kotler, Philip. '2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. "Analysis, Planning, Implementation and Control". *Marketing Management*, Edisi Kesembilan. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control*. Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta: Prehalindo. 102
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 777–787.
- Murwatiningsih dan Erin Putri Apriliani. 2013. Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.
- Prasetya, C.H.A., S. Kumadji, dan E. Yulianto. 2014. Pengaruh Brand image, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian. "Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 15 No.2 Oktober 2014.
- Purwati dkk. 2012. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti)". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol 2 No 3, Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Ramadhani, A. 2011. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi–Universitas Gunadarma*.
- Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Stanton, William, J. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Shimp. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bolson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utara.
- Singarimbun. 2004. *Metode Penelitian Dan Survei*. Jakarta: Erlangga.
- Sri Wahyuni, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Skuter Matic Merek Honda di Kota Semarang. *Jurnal Pengembangan Humaniora*

Vo.13 No.2.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang, pp: 1-25.
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-10*.
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Ed. 1,
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI
- Trista, N., prihatini, A., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 2(2), 21–28.
- Wati Suliswati, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty. *Wacana Ekonomi*, 17, 1–11.
- Weitz, & Levy. (2012). *Retailing Management*. Boston: McGraw Hills.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- Wilkie, L. 1994. *Consumer Behavior*. Edisi Keempat. New York : John Wiley & Sons. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Aaker, D.A., and Keller, K.L. (1990). *Consumer Evaluations of Brand Extensions*, *Journal of Marketing*, 54(1), pp. 27-41.
- Ambler, Tim, and Flora Kokkinaki. (1997). *Measures of Marketing Success*. *Journal of Marketing Management*. 13, 665-678.
- Arndt, J. (1967). *Role of product-related conversations in the diffusion of a new product*. *Journal of Marketing Research*. 4, 291–5.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS
- Candra Hakim Arif Prasetya, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto. 2014. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian”. (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>

- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fransisca, Cindy Tingkir. (2014). "Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235x.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Gunawan, Fransiskus, 2011, Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP. *Jurnal: Padang*.
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Janah, Maslichah Raichatul. 2013. Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru Mobil Purwokerto. Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Sahid Surakarta.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci keberhasilan Bisnis jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip & Keller. 2006. *Marketing Management*. Twelfth Edition, Pearson.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) "*Marketing Management*" *Twelfth Edition*, Pearson Kotler, Philip. '2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. "Analysis, Planning, Implementation and Control". *Marketing Management*, Edisi Kesembilan. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control*. Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta: Prehalindo. 102

- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 777–787.
- Murwatiningsih dan Erin Putri Apriliani. 2013. Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.
- Prasetya, C.H.A., S. Kumadji, dan E. Yulianto. 2014. Pengaruh Brand image, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian. “*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 15 No.2 Oktober 2014*.”
- Purwati dkk. 2012. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti)”. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol 2 No 3, Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Ramadhani, A. 2011. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi–Universitas Gunadarma*.
- Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Stanton, William, J. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Shimp. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bolson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utara.
- Singarimbun. 2004. *Metode Penelitian Dan Survei*. Jakarta: Erlangga.
- Sri Wahyuni, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Skuter Matic Merek Honda di Kota Semarang. *Jurnal Pengembangan Humaniora* Vo.13 No.2.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang, pp: 1-25.
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-10*.
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Ed. 1,
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI
- Trista, N., prihatini, A., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 2(2), 21–28.
- Wati Suliswati, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty. *Wacana Ekonomi*, 17, 1–11.
- Weitz, & Levy. (2012). *Retailing Management*. Boston: McGraw Hills.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- Wilkie, L. 1994. *Consumer Behavior*. Edisi Keempat. New York : John Wiley & Sons. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Aaker, D.A., and Keller, K.L. (1990). *Consumer Evaluations of Brand Extensions*, *Journal of Marketing*, 54(1), pp. 27-41.
- Ambler, Tim, and Flora Kokkinaki. (1997). *Measures of Marketing Success*. *Journal of Marketing Management*. 13, 665-678.
- Arndt, J. (1967). *Role of product-related conversations in the diffusion of a new product*. *Journal of Marketing Research*. 4, 291–5.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS
- Candra Hakim Arif Prasetya, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto. 2014. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian”. (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fransisca, Cindy Tingkir. (2014). “Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235x.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan penerbit universitas diponegoro.

- Gunawan, Fransiskus, 2011, Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP. Jurnal: Padang.
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), Diponegoro Journal of Management”, Vol.1 No. 1, 2012
- Ikanita Novirian Sulistyari, dan Yoestini, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), Diponegoro Journal of Management”, Vol.1 No. 1, 2012
- Janah, Maslichah Raichatul. 2013. Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru MobilPurwokerto.Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Sahid Surakarta.
- Jasfar, Farida. 2012. Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci keberhasilan Bisnis jasa. Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2001.Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip& Keller. 2006. Marketing Management. Twelfth Edition, Pearson.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) “*Marketing Management*” *Twelfth Edition*, Pearson Kotler, Philip. '2001. Manajemen Pemasaran di indonesia Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 1995.Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997.“Analysis, Planning, Implementation and Control”. Marketing Management,Edisi Kesembilan. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control. Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta: Prehalindo. 102
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(05), 777–787.
- Murwatiningsih dan Erin Putri Apriliani. 2013.Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.
- Prasetya, C.H.A., S. Kumadji, dan E. Yulianto. 2014. Pengaruh Brand image, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian. “Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 15 No.2 Oktober 2014.

- Purwati dkk. 2012. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti)". Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS). Vol 2 No 3, Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Ramadhani, A. 2011. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha. Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi–Universitas Gunadarma.
- Sekaran, 2006, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Setiadi. Nugroho. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Stanton, William, J. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Shimp, Terence. A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Shimp. 2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bolson. 2004. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utara.
- Singarimbun. 2004. Metode Penelitian Dan Survei. Jakarta: Erlangga.
- Sri Wahyuni, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Skuter Matic Merek Honda di Kota Semarang. Jurnal Pengembangan Humaniora Vo.13 No.2.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang, pp: 1-25.
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-10*.
- Tjiptono, Fandi. 2007. Service, Quality and Satisfaction. Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Ed. 1,
- Tjiptono, Fandy. 2005. Brand Management & Strategy. Yogyakarta: ANDI
- Trista, N., prihatini, A., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 2(2), 21–28.

- Wati Suliswati, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty. *Wacana Ekonomi*, 17, 1–11.
- Weitz, & Levy. (2012). *Retailing Management*. Boston: McGraw Hills.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta.
- Wilkie, L. 1994. *Consumer Behavior*. Edisi Keempat. New York : John Wiley & Sons. Yogyakarta: CV. ANDI.